

Términos de Referencia
Contratación del servicio de realización de Diagnóstico sobre el estado de la cultura y percepción social de la innovación

1. ANTECEDENTES

El Programa Nacional de Innovación para la Competitividad y Productividad (ProInnovate Perú) del Ministerio de la Producción (PRODUCE) busca incrementar la competitividad y productividad empresarial, mediante el impulso y consolidación de la innovación entre los actores del ecosistema de innovación nacional –empresas, emprendedores y entidades de soporte-, facilitando la interrelación entre estos.

Para el logro de sus objetivos, el Programa PROINNOVATE diseña e implementa concursos de adjudicación de fondos para el cofinanciamiento no reembolsable de proyectos de I+D+i+e en todos los sectores de la actividad productiva. A lo largo de diez años de trayectoria, PROINNOVATE Perú ha apoyado más de tres mil proyectos a través de varios fondos para la innovación en simultáneo. A fin de darle continuidad al trabajo realizado, en el 2016 se firmó el Contrato Préstamo N° 3700/OC-PE entre la República del Perú y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) para contribuir a la financiación y ejecución del proyecto de inversión pública (PIP) “Mejoramiento de los Niveles de Innovación Productiva a Nivel Nacional”.

El principal objetivo de este PIP es contribuir al crecimiento de la productividad empresarial a través de un aumento de los niveles de innovación, mediante dos componentes de intervención: 1. mejora de las capacidades empresariales para la innovación; y 2. mejora del entorno para la innovación. Este último componente contempla además los subcomponentes 2.1 “Fortalecimiento de la Institucionalidad de Actores Públicos del Ecosistema”; 2.2. “Capital Humano”; y 2.3 “Cultura para la Innovación”. El objetivo del subcomponente 2.3 “Cultura para la Innovación” es lograr mejorar la percepción sobre la importancia de la innovación en el país, para lo cual se contempla la realización de estudios de diagnóstico del estado de la cultura de la innovación; la elaboración de estrategias para la promoción e incremento de la toma de conciencia sobre su importancia; y la medición de la efectividad de dichas estrategias.

Estos términos de referencia tienen por objeto contratar un servicio de consultoría para la formulación y aplicación de entrevistas y encuestas dirigidas al sector industria y servicios, a fin de levantar información sobre las percepciones, motivaciones, valoraciones, expectativas y comportamientos de las empresas en relación a la innovación. Para la realización del estudio, se propone utilizar el enfoque de la economía del comportamiento¹, ya que este pone especial atención en la identificación de sesgos o percepciones de los agentes económicos. Asimismo, se procura recoger información de base de las empresas en un rango más amplio y general que complementa el marco muestral de la Encuesta Nacional de Innovación —en este caso, acotado al sector manufacturero y sin incluir a las microempresas.

Aunque la innovación en el Perú ha cobrado importancia en los últimos años, diversos índices globales muestran que nuestro país sigue aún rezagado en las clasificaciones mundiales de innovación. De acuerdo con el Índice Global de Innovación (Cornell University, INSEAD & WIPO,

¹ Ver Anexo 1

p. 38), en el 2018 el Perú se ubicó en el puesto número 71 de un total de 128 países, descendiendo una posición con respecto al año anterior, aún por debajo de otros países de la región como Chile (47), Costa Rica (54) y México (56). En el caso del Índice de Competitividad Global, el Perú ocupó el puesto 72 de un total de 137 para el periodo 2017-2018, lo que revela una significativa pérdida de competitividad, si consideramos que en el periodo 2016-2017 se ubicaba en el puesto 67 (WEF, 2018, p.13).

Según la Encuesta Nacional de Innovación de la Industria Manufacturera 2015 (en adelante, ENIIM), el 61,2% de las empresas manufactureras peruanas realizaron alguna actividad de innovación entre 2012 y 2014, siendo la adquisición de bienes de capital (72.3%) la más recurrente, y menos recurrentes las actividades de Investigación y Desarrollo (I+D) interna (31.8%) y de I+D externa (8,8%) (INEI, 2017, p. 11). La percepción de que la innovación supone un costo demasiado elevado y riesgos económicos “excesivos”, así como la falta de fondos en la empresa –o grupo de empresas- serían algunos de los principales obstáculos a la innovación (INEI, 2017, pp. 63-65).

No obstante, siendo la falta de fondos una de las principales dificultades que enfrentan las empresas al momento de innovar, sólo el 4% declaró haber recurrido a fondos públicos de apoyo a la innovación. Si bien el 50,8% de las empresas innovativas señalaron conocer los programas y servicios públicos de apoyo a la innovación, sólo el 24,9% manifestó haber postulado a los mismos. El 75,1% restante indicó que no postularon a dichos programas y servicios porque estos no se adaptan a las necesidades de su actividad y también debido a las dificultades burocráticas que deben enfrentar durante el proceso de postulación (INEI, pp. 35 y 40).

Aunque la ENIIM ofrece información relevante sobre los procesos de innovación en el país, se hace necesario profundizar en las motivaciones, percepciones y/o actitudes de las empresas frente a la innovación. La nueva ENIIM 2022 va a incluir el tema de la cultura de la innovación en las empresas manufactureras peruanas, y esta exploración con mayor detalle y a una muestra más general, servirá para contextualizar aspectos de la cultura de innovación en distintos tipos de empresas peruanas incluyendo aspectos cuantitativos y cualitativos.

En el ámbito empresarial, la cultura de la innovación implica la inclusión de los valores de la flexibilidad, comunicación, colaboración, entre otros, como pilares de la cultura organizacional, incentivando y desarrollando las condiciones, habilidades y destrezas para su desarrollo. Si bien existen diversos índices mundiales que consideran distintos aspectos para medir el nivel de innovación en las empresas, la literatura coincide en que la cultura organizacional es un elemento clave para impulsar -o frenar- las actividades de innovación y la creatividad empresarial. Aquellas empresas que logran establecer una cultura de la innovación suelen ser más competitivas y efectivas al momento de alcanzar el éxito.

El estudio sobre el estado de la cultura de la innovación permitirá elaborar una línea de base para medir los resultados e impacto de intervenciones orientadas a promover la cultura de la innovación, incidiendo favorablemente en la manera de pensar y conducta de las empresas peruanas frente a la innovación. La superación o reducción de potenciales barreras mentales y/o conductuales contribuirán al desarrollo de un entorno propicio para la consolidación de la innovación y la mejora de la productividad empresarial en el país. Asimismo, contribuye a alinear los temas de estudio entre distintos instrumentos de consulta a las empresas.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL:

Realizar un diagnóstico del estado de la cultura de la innovación entre las empresas peruanas. En función a los resultados del diagnóstico y en coordinación con PROINNOVATE, diseñar y evaluar un conjunto de intervenciones para mejorar la cultura de la innovación en el público objetivo.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- a) Identificar las percepciones, actitudes y comportamientos más recurrentes entre las empresas hacia la innovación;
- b) Identificar los principales factores, endógenos y/o exógenos, que potencian o inhiben el desarrollo y consolidación de una cultura de la innovación en las empresas;
- c) Estimar qué tan extendida e institucionalizada está la innovación en la cultura organizacional de las empresas peruanas.
- d) Analizar los patrones de uso de las herramientas públicas de apoyo a la innovación, incluyendo a las de Pro-Innovate.
- e) Diseñar y pilotear intervenciones para promover la cultura de la innovación en las empresas e incrementar la toma de conciencia sobre su importancia en el público objetivo.

3. METODOLOGÍA DE TRABAJO Y ACTIVIDADES A REALIZAR

Para alcanzar los objetivos antes señalados, se deberán realizar las siguientes actividades en cuatro fases: (3.1) planificación y preparación; (3.2) diagnóstico (estudio cualitativo y estudio cuantitativo); (3.3) diseño de intervenciones y experimentación con pruebas piloto; (3.4) evaluación de intervenciones y recomendaciones para su escalamiento e implementación.

A continuación, se describen las cuatro fases que se realizarán, así como sus productos, los cuales deberán ser presentados en idioma español:

3.1 Planificación y preparación:

- a) Diseño y presentación de un Plan de Trabajo que contenga como mínimo: un marco conceptual sobre cultura de la innovación (definiciones e indicadores para medir su nivel en el ámbito empresarial; los objetivos generales y específicos del proyecto, su alcance, metodología y cronograma de actividades (Gantt); responsabilidades del equipo técnico a cargo del proyecto²; fechas y plazos de ejecución del servicio, incluyendo las reuniones de coordinación, de presentación de informes y actividades, y de avances parciales.
- b) El Plan de Trabajo deberá ser presentado por el proveedor del servicio en una sesión de trabajo inicial con representantes de PROINNOVATE, a fin de discutirlo y ajustarlo a una versión final.

² En el caso de participar en consorcio, se deberá detallar la participación de cada empresa integrante.

3.2 Diagnóstico (estudios cualitativo y cuantitativo)

- a) Realizar un estudio cualitativo para identificar las percepciones, conductas y expectativas más recurrentes de las empresas peruanas en torno a la innovación, y a los instrumentos de apoyo a la innovación empresarial de PROINNOVATE.
- b) La metodología del estudio cualitativo deberá al menos incluir entrevistas semi-estructuradas, que deberán ser aplicadas de manera presencial en cada una de las seis (06) regiones seleccionadas para este proyecto: Arequipa, Junín, La Libertad, Lima, Piura y San Martín. Cualquier otro método de recolección de información adicional deberá ser previamente acordado por ambas partes.
- c) Sobre la base de los hallazgos del estudio cualitativo, realizar un estudio cuantitativo que consistirá en una línea de base para determinar el estado de la cultura de la innovación en las empresas peruanas
- d) Ambos estudios deberán considerar los aspectos detallados en el Anexo 2 de estos TdR. Los objetivos, métodos y técnicas de investigación, guías de entrevista y encuestas incluidas en cada uno de los estudios antes señalados deberán ser previamente acordados en la sesión inicial de trabajo.
- e) El proveedor del servicio deberá contactar a las empresas seleccionadas para la muestra y gestionar las entrevistas y envío de encuestas, así como realizar las acciones de seguimiento necesarias para recolectar la información requerida. PROINNOVATE brindará una base de datos de empresas beneficiarias del Programa, y una carta de presentación para facilitar el contacto con las empresas que constituyan parte la muestra.
- f) El desarrollo de cada uno de los dos estudios incluirá al menos una (01) sesión de seguimiento con representantes de PROINNOVATE, cuya fecha y hora será acordada por ambas partes.
- g) Cada uno de los dos estudios deberá culminar con:
 - i) La entrega de *un Informe de Resultados* detallando los principales hallazgos, resultados y conclusiones, tanto de los estudios cualitativo y cuantitativo, como del análisis de los instrumentos de apoyo a la innovación y acciones de difusión de PROINNOVATE, incorporando la información recopilada;
 - ii) Una presentación final ante representantes de ProInnovate Perú para explicar los hallazgos y resultados señalados, por lo menos cinco (05) días calendario previo a la presentación de cada producto. Se entregará a Innóvate Perú la versión digital de la presentación final³ para ser utilizada para los fines que se consideren pertinentes.
- h) En caso hubiera observaciones con respecto a alguno de los dos estudios, el proveedor del servicio deberá subsanar las mismas dentro de un periodo acordado entre ambas partes, dentro de los plazos establecidos en el apartado 5 de estos TdR.

³ La presentación final deberá ser entregada en formato PowerPoint u otro programa de presentación previamente acordado por ambas partes. La presentación deberá incluir gráficos, infografías, entre otros elementos visuales que contribuyan a una fácil comprensión y/o edición de los contenidos.

3.3 Diseño de intervenciones y recomendaciones.

- a) Revisión de literatura sobre los principales factores que inhiben, tanto el desarrollo de sistemas de gestión de la innovación dentro de las empresas como la realización de actividades de innovación. Asimismo, revisión de las estrategias o intervenciones implementadas a nivel internacional por al menos seis (06) países (los cuales serán definidos en coordinación con PROINNOVATE), para promover y mejorar la cultura de la innovación.
- b) En base a los principales hallazgos de los estudios realizados en la fase 3.2 y a la revisión de literatura señalada en el punto anterior, diseñar al menos seis (06) intervenciones - evaluables como pruebas piloto- orientadas a mejorar la cultura de la innovación en las empresas peruanas a corto (02 intervenciones), mediano (02 intervenciones) y largo plazo (02 intervenciones). Las intervenciones señaladas deberán incluir las métricas para evaluar resultado e impacto, así como un análisis potencial del costo-beneficio.
- c) Esta fase deberá culminar con:
 - i) La entrega de un *Informe Final* que incluirá:
 - La descripción detallada de las 06 intervenciones en base a la información recopilada en la fase 3.3.
 - Análisis costo-beneficio.
 - Recomendaciones para su escalamiento e implementación a corto, mediano y largo plazo.
 - Propuesta de métricas para evaluar impacto.
 - ii) Una presentación final ante representantes de PROINNOVATE para explicar los principales hallazgos y recomendaciones, por lo menos cinco (05) días calendario previo a la presentación formal del producto. Se entregará a PROINNOVATE la versión digital de la presentación final para ser utilizada para los fines que se consideren pertinentes.

4. CALIFICACIONES DEL PROVEEDOR DEL SERVICIO

4.1 Perfil del postor:

- a) Experiencia mínima comprobable de siete (07) años en la realización de estudios cualitativos, estudios cuantitativos, líneas de base y/o diagnósticos y en el diseño, implementación y evaluación de proyectos en el sector público o privado, de preferencia en temas de innovación, productividad, competitividad empresarial y/o cultura organizacional. En caso de consorcio, suman las experiencias de las organizaciones que lo conforman.
- b) Experiencia específica mínima comprobable en al menos seis (06) proyectos similares, que hayan implicado diseñar, implementar, experimentar con y evaluar intervenciones (programas, servicios, productos, sistemas, entre otros) basadas en la economía del comportamiento y/o ciencias conductuales. En caso de consorcio, suman las experiencias de las organizaciones que lo conforman.
- c) La experiencia deberá ser acreditada en la propuesta técnica mediante la presentación de copia simple de contratos con su respectiva conformidad o constancias o certificados o cualquier otro documento que, de manera fehaciente, acredite la experiencia requerida.
- d) Se valorará la experiencia del proveedor desarrollado y/o gestionando proyectos similares en el país y/u otros países de la región de América Latina y el Caribe.

- e) El proveedor del servicio (ya sea una empresa individual o consorcio) deberá contar con la capacidad logística y con el personal necesario para desplazarse a las seis (06) regiones del país seleccionadas para este proyecto: Arequipa, Junín, La Libertad, Lima, Piura y San Martín. Asimismo, deberá contar con la capacidad logística necesaria para el reclutamiento de las empresas que conformarán la muestra de los estudios cualitativo y cuantitativo en las regiones antes mencionadas.

4.2 Perfil del equipo técnico:

Se deberá conformar a un equipo técnico con un mínimo de cuatro (04) personas con los siguientes perfiles:

Jefe de Proyecto:

- a) Profesional, bachiller o titulado en Economía, Administración, Ingeniería Industrial o carreras afines, de preferencia con estudios de posgrado en Administración de Empresas, Innovación, Políticas Públicas o Ciencias Conductuales.
- b) Experiencia comprobada de al menos siete (07) años en la dirección de proyectos en el sector público o privado, de preferencia en temas de innovación, transformación digital, productividad o competitividad empresarial y/o cultura organizacional.
- c) Experiencia específica comprobada en la gestión de al menos cinco (05) proyectos, en el ámbito público o privado, que hayan implicado diseñar, implementar, experimentar y evaluar intervenciones (programas, servicios, productos, sistemas, entre otros) basadas en la economía del comportamiento y/o ciencias conductuales. Se requiere que en la Hoja de Vida se incluyan los resultados de dichos proyectos.

Especialista en estudios cualitativos:

- a) Profesional, bachiller o titulado en Economía, Políticas Públicas, Administración Pública, Sociología, Psicología, Ciencias Conductuales o de carreras afines, de preferencia con estudios de posgrado en Economía, Políticas Públicas, Administración Pública, Sociología, Psicología o Ciencias Conductuales.
- b) Experiencia comprobada en el diseño y desarrollo de al menos cuatro (04) estudios cualitativos de alcance nacional y/o internacional, de preferencia vinculados al segmento empresarial.

Especialista en estudios cuantitativos:

- a) Profesional, bachiller o titulado en Economía, Políticas Públicas, Administración Pública, Estadística, Ingeniería Industrial, o de carreras afines, de preferencia con estudios de posgrado en Economía, Políticas Públicas, Administración Pública, Estadística o Ingeniería Industrial.
- b) Experiencia comprobada en el diseño y desarrollo de al menos cuatro (04) estudios cuantitativos de alcance nacional y/o internacional, de preferencia vinculados al segmento empresarial.
- c) Conocimiento comprobado en el diseño de estudios de línea base y en el diseño de pruebas de control aleatorio.

Coordinador de Operaciones:

- a) Profesional, bachiller o titulado en Economía, Administración, Ingeniería Industrial o carreras afines, de preferencia con estudios de posgrado en Administración de Empresas, innovación, políticas públicas o ciencias conductuales.
- b) Experiencia comprobada en la coordinación de al menos cuatro (04) proyectos que involucren la articulación de diversas entidades públicas y/o privadas.

- c) Deberá estar disponible a lo largo de todas las fases del proyecto para la facilitación de comunicaciones, gestiones y coordinaciones que sean necesarias entre el proveedor del servicio y representantes de PROINNOVATE.
- d) En caso de que el Jefe de Proyecto no pueda viajar a alguna de las regiones seleccionadas para este proyecto, el Coordinador de Operaciones deberá suplirlo de manera obligatoria.

5. PLAZO DE EJECUCIÓN DEL SERVICIO

El presente servicio será ejecutado en un periodo máximo de doscientos setenta y cinco (275) días calendario, contados a partir del día siguiente de suscrito el contrato. Este plazo incluye el tiempo que demande las revisiones y conformidades de cada uno de los productos presentados.

| Productos | Detalle a Presentar | Plazos de Entrega |
|-------------|--|---|
| Producto 01 | <p><u>Fase 3.1 Planificación y Preparación:</u> Entregable: Plan de Trabajo detallado según el ítem 3.1.</p> | A presentarse como máximo a los siete (07) días calendario de iniciado el servicio. Adicionalmente, se prevé un plazo máximo de tres (3) días calendario para las revisiones y conformidad al Producto 1. |
| Producto 02 | <p><u>Fase 3.2 Diagnóstico (Estudio Cualitativo):</u> Entregable: Informe de Resultados del estudio cualitativo, incluyendo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Objetivos del estudio; estrategia de investigación; y metodología, previamente discutidos y aprobados con Innóvate Perú. ● Caracterización y lista de las empresas que conformaron la muestra. ● Principales hallazgos y conclusiones del estudio cualitativo. ● Principales dificultades y/o cuellos de botella durante el desarrollo del estudio. ● Adjuntar versión impresa y digital de la presentación final, tal y como se detalla en el ítem 3.2. | A presentarse como máximo a los cuarenta y cinco (45) días calendario, desde la aprobación del producto 1. Adicionalmente, se prevé un plazo máximo de cinco (5) días calendario para las revisiones y conformidad al Producto 2. |
| Producto 03 | <p><u>Fase 3.2 Diagnóstico (Estudio Cuantitativo):</u> Entregable: Informe de Resultados del estudio cuantitativo (línea de base), incluyendo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Objetivos; estrategia de investigación; y metodología del estudio, previamente discutidos y aprobados con Innóvate Perú. ● Detalle sobre el marco muestral por ejemplar, método de muestreo y tamaño de la muestra en base a los segmentos planteados en el apartado "I)" del Anexo 1 de este documento. | A presentarse como máximo a los Noventa y cinco (95) días calendario, desde la aprobación del producto 2. Adicionalmente, se prevé un plazo máximo de quince (5) días calendario para las revisiones y conformidad al Producto 3. |

| | | |
|--------------------|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> ● Relación de empresas que conformaron la muestra. ● Bases de datos y tablas del estudio cuantitativo. Las bases de datos deberán proporcionarse en un formato que permita trabajar con softwares de procesamiento de datos y análisis estadístico (Minitab, Stata o SPSS), mientras que las tablas deberán ser entregadas en físico y en formato Excel. ● Resultados y conclusiones del estudio cuantitativo. ● Principales dificultades y/o cuellos de botella durante el desarrollo del estudio. ● Adjuntar versión impresa y digital de la presentación final, tal y como se detalla en el ítem 3.2. | |
| Producto 04 | <p><u>Fases 3.3 Diseño de intervenciones y recomendaciones:</u></p> <p>Entregable: Informe Final de la consultoría, incluyendo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Síntesis del análisis comparativo de la literatura revisada con respecto a estrategias o intervenciones implementadas a nivel internacional para promover la cultura de la innovación. ● Descripción detallada de todas las intervenciones propuestas y priorizadas en sesiones de trabajo con ProInnovate. ● Evaluación de las intervenciones priorizadas, incluyendo análisis costo-beneficio, y recomendaciones para su escalamiento e implementación en el corto y mediano plazo. ● Adjuntar versión impresa y digital de la presentación final, tal y como se detalla en el ítem 3.3. | <p>A presentarse como máximo a los cuarenta y cinco (45) días calendario, desde la aprobación del producto 3.</p> <p>Adicionalmente, se prevé un plazo máximo de cinco (05) días calendario para las revisiones y conformidad al Producto 4.</p> |

6. FORMA DE PAGO

El monto total del servicio asciende a US\$ 199,007.00 (ciento noventa y nueve mil, siete y 00/100 dólares americanos), a todo costo, incluyendo viajes, viáticos y los impuestos de Ley.

El pago se efectuará en cuatro (04) armadas. Los pagos se efectuarán sobre la base de la aprobación de los productos señalados en el apartado anterior, según se detalla a continuación:

| Nro. de Pago | Concepto | Forma de Pago |
|--------------|-------------|---|
| 1er. Pago | Producto 01 | 10 % del monto total contratado a la conformidad del Producto 01. |

| | | |
|------------------|--------------------|---|
| 2do. Pago | Producto 02 | 20 % del monto total contratado a la conformidad del Producto 02. |
| 3er. Pago | Producto 03 | 30 % del monto total contratado a la conformidad del Producto 03. |
| 4to. Pago | Producto 04 | 40 % del monto total contratado a la conformidad del Producto 04. |

Cada producto será dirigido al PROINNOVATE y presentado en sus oficinas, sito en Calle Juan Bielovucich Cavalier 1325, Lince, en un (01) original en físico y un (01) CD o envío electrónico con dos copias, una en formato editable: Word, Excel, Power Point y bases de datos, de corresponder, y otra en formato PDF.

Para proceder al último pago, PROINNOVATE deberá contar con la No Objeción del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) al Informe Final de la consultoría (entregable del Producto 04)

7. COORDINACIÓN Y SUPERVISIÓN

La supervisión del servicio estará a cargo de la Coordinación Técnica de PROINNOVATE, que será responsable de coordinar con las demás unidades del Programa para el logro efectivo del trabajo.

Cualquier modificación del Plan de Trabajo aprobado deberá ser coordinado y aprobado por el equipo de coordinación y supervisión, y formalizadas mediante actas que deberán ser remitidas a PROINNOVATE.

8. CONFORMIDAD DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

La emisión de la conformidad técnica del servicio estará a cargo de la Coordinación Técnica de PROINNOVATE, previa verificación del cumplimiento de lo estipulado en estos TdR y aprobación del equipo de coordinación y supervisión mediante acta.

9. CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN Y PROPIEDAD INTELECTUAL

Los derechos patrimoniales de autor, derivados del desarrollo del servicio corresponden, en su totalidad, a Innóvate Perú, durante y después del desarrollo de la presente consultoría.

El proveedor protegerá la información del proyecto, incluyendo las bases de datos que le sean proporcionadas o que elabore en virtud de la presente consultoría, del uso, reproducción, publicación, disertación, difusión o divulgación no autorizada, para lo cual, extremará todos los cuidados y medidas de seguridad que normalmente emplea para proteger a la misma, obligándose así a:

- a) No divulgar información confidencial, salvo y hasta tanto sea autorizado expresamente, por escrito, del coordinador designado por Innóvate Perú.
- b) No utilizar, total o parcialmente, la información confidencial para otros fines distintos a los del presente servicio.

- c) No efectuará copias de la información confidencial, y sólo permitirá el acceso, a la misma, de los empleados que necesiten ese conocimiento.

La obligación de confidencialidad convenida, continuará luego del cumplimiento del servicio contratado.

El incumplimiento de lo estipulado en el presente numeral dará derecho a PROINNOVATE a iniciar las acciones legales que corresponden.

ANEXO 1: APLICACIÓN DE LA ECONOMÍA DEL COMPORTAMIENTO

La aversión al riesgo, la desconfianza, la inercia y la incapacidad de visualizar los beneficios futuros en el presente son algunas de las barreras mentales que influyen en la toma de decisiones de las empresas cuando se trata de emprender actividades de innovación. La economía del comportamiento (*behavioral economics*) busca comprender cómo estas barreras mentales afectan los patrones de comportamiento de las personas -y de los agentes económicos en general- a fin de implementar intervenciones que mejoren la toma de decisiones que maximicen su bienestar.

La economía del comportamiento (EC) surge del encuentro de la economía, la psicología y la evaluación de impacto. A diferencia de la teoría económica clásica, la EC parte de la premisa de que los seres humanos poseemos una racionalidad limitada (*bounded rationality*), por lo que no siempre actuamos guiados por la razón. Por el contrario, en la mayoría de casos, nuestras decisiones son afectadas por factores diversos como la información y el tiempo que tenemos disponible en un determinado contexto. Con el objetivo de superar estas limitaciones, utilizamos a diario una serie de sesgos cognitivos y heurísticos; es decir, “atajos mentales” que, aunque nos permiten tomar decisiones y resolver problemas rápidamente, muchas veces nos llevan a adoptar conductas que juegan en contra de nuestro propio interés en el largo plazo.

Diversos estudios han demostrado, por ejemplo, que nuestra necesidad de obtener gratificaciones inmediatas nos conduce a valorar más las ganancias presentes que las futuras, aun cuando estas últimas son significativamente mayores (“sesgo del presente”). Asimismo, investigaciones conductuales evidencian que el placer que nos generan las ganancias es psicológicamente menos poderoso que el dolor que nos generan las pérdidas, por lo que haremos todo lo que esté a nuestro alcance para evitar estas últimas (“aversión a las pérdidas”). Presentar una opción en términos de sus correspondientes pérdidas, por lo tanto, puede influir en mayor medida en nuestras decisiones, que si es presentada en términos de sus correspondientes ganancias (IMEC, 2016, p.21).

La identificación y estudio de sesgos cognitivos y heurísticos ha sido fundamental para alcanzar una mayor efectividad en el diseño e implementación de intervenciones públicas en ámbitos como la educación, salud, inclusión financiera y productividad empresarial. En los últimos años se ha incrementado el número de entidades gubernamentales a nivel mundial que desarrollan iniciativas basadas en la EC (denominadas “empujoncitos”, o *nudges* en inglés) bajo la premisa de que la política pública debe comprender mejor la manera en la que los ciudadanos toman decisiones, y promover un cambio conductual a través de un enfoque más científico (OCDE, 2017, p.13).

En colaboración con diversos organismos internacionales, los gobiernos de países como el Reino Unido, Australia, Estados Unidos, Canadá, Argentina, Chile y Colombia han desarrollado con éxito intervenciones conductuales para mejorar el acceso a la información de servicios educativos de calidad; incentivar a la ciudadanía a ahorrar para la jubilación; promover un uso más responsable de la energía entre los consumidores; e incrementar la adhesión de empresas a programas de crecimiento empresarial.⁴

⁴ Algunos de los casos de intervenciones del comportamiento orientadas al sector empresarial se detallan en el reporte de la OCDE (2017), pp. 294, 297, 299 y 301.

Un reciente reporte de la OCDE (2017) concluye que la incorporación de los principios de la EC –y de las ciencias conductuales en general- ha dejado de ser una tendencia en la política pública para devenir en una práctica cada vez más frecuente. A partir del análisis de 129 casos de intervenciones del comportamiento emprendidas por 60 organismos públicos en 23 países, el reporte señala que las posturas contrarias a su aplicación se deben más a una resistencia generalizada al cambio organizacional, que a la aplicación de este enfoque en el campo de las políticas públicas *per se* (OCDE, 2017, p. 3).

En América Latina y el Caribe, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) es una de las instituciones líderes en la expansión de este campo. A través de su Grupo de Economía del Comportamiento, el banco trabaja en la diseminación de los conceptos básicos de la EC en la región, enfatizando la importancia de incorporar componentes conductuales en el diseño de políticas y proyectos públicos (Rojas, 2018). Especialistas del banco en la materia han destacado, además, que las iniciativas basadas en el comportamiento son particularmente atractivas para América Latina y otras regiones en desarrollo porque suelen ser menos costosas y más efectivas que algunas de las intervenciones públicas más tradicionales (Scartascini, 2016).

Por casi una década, y en alianza con gobiernos locales y nacionales, el BID viene impulsando e investigando la aplicación de las herramientas de la EC en distintas áreas de desarrollo como la educación financiera, agua y saneamiento, salud materna, transparencia y cumplimiento tributario (Scartascini, 2018). Los resultados alcanzados en países como Chile, Argentina y Colombia demuestran que la EC es una potente herramienta para el diseño de políticas públicas innovadoras y costo-efectivas capaces de mejorar la toma de decisiones de los ciudadanos e instituciones de la región.

En el Perú, aunque el uso de la EC es aún incipiente, algunas instituciones de gobierno ya han empezado a generar intervenciones inspiradas en sus principios. Tal es el caso del MineduLab, primer laboratorio de innovación costo-efectiva de política educativa impulsado por el Ministerio de Educación, a través de su Secretaría de Planificación Estratégica (SPE). Con financiamiento de la cooperación del gobierno canadiense y la asistencia técnica de organismos internacionales como el Banco Mundial, el laboratorio busca generar evidencia que informe la toma de decisiones en materia de política educativa del país. Desde su creación en 2014, el MineduLab diseña y pilotea intervenciones del comportamiento innovadoras y de muy bajo costo, con el objetivo de determinar su efectividad antes de su escalamiento a nivel nacional.

ANEXO 2: ESPECIFICACIONES PARA ESTUDIOS CUALITATIVO Y CUANTITATIVO

I. Consideraciones para la delimitación de la muestra:

- a) Los estudios deberán estar dirigidos a pequeñas, medianas y grandes empresas (tamaños en función al nivel de ventas registrado el año anterior):
 - Pequeñas Empresas (ventas que superan las 150 UIT pero son menores de 1,700 UIT)
 - Medianas Empresas (ventas que superan las 1,700 UIT pero son menores de 2,300 UIT)
 - Grandes Empresas (ventas que superan las 2,300 UIT)
- b) Estas empresas deberán ser formales, con al menos 2 años de funcionamiento continuo.
- c) La muestra deberá incluir:
 - Empresas industriales y de servicios.
 - Las actividades económicas a priorizar en la muestra serán acordadas por ambas partes durante la fase 3.1 (planificación y preparación) de estos TdR.
- d) **Ámbito geográfico:** Regiones de Arequipa, Junín, La Libertad, Lima, Piura y San Martín.
- e) Los métodos de recolección de la información deberán estar dirigidos, tanto a los propietarios, representantes legales, gerentes, jefes de las empresas, como a representantes de las áreas de innovación, de ser el caso, o dedicadas a la mejora y/o desarrollo de procesos, productos y/o servicios.
- f) La muestra deberá incluir empresas lideradas por mujeres, es decir, que son de propiedad de una mujer⁵ y/o empresas en las que una mujer ocupe el cargo de Gerente General. El informe de resultados, tanto de estudio cualitativo como del estudio cuantitativo, deberá incluir una sección de análisis de los principales hallazgos y resultados en función de la variable “género”.
- g) El tamaño de muestra para el estudio cualitativo es de 20 empresas por región. El tamaño de muestra para el estudio cuantitativo debe ser calculado en base a lo indicado en el acápite III del presente Anexo.

II. Consideraciones generales para el Estudio Cualitativo:

- h) El estudio deberá explorar como mínimo los siguientes aspectos.⁶ Se sugiere armonizar la definición de las actividades de innovación al diseño de la Encuesta Nacional de Innovación 2022:
 - Definición de innovación por parte de la empresa.
 - Actividades de innovación realizadas por la empresa según definición MO.
 - Percepciones y conductas hacia a la innovación.
 - Valoración e institucionalización de la innovación dentro de la empresa
 - Estilo organizacional de la empresa.

⁵ Empresas en las que una o más mujeres posean al menos el 50% de la empresa (capital o derechos societarios), o en las que una o más mujeres posean entre el 30% y el 50% de la empresa (capital o derechos societarios) y que además tenga la representación legal de la empresa, individual o conjunta.

⁶ La lista de aspectos a explorar no es limitativa. En el transcurso del desarrollo del estudio podrían agregarse otros aspectos de exploración.

- Capacidades de innovación productiva dentro de la empresa.
- Motivaciones para la innovación.
- Principales fuentes de innovación (internas y/o externas)
- Inclinación al riesgo y tolerancia al fracaso.
- Resultados de proyectos de innovación, de ser el caso.
- Obstáculos o cuellos de botella en el proceso de innovación, de ser el caso.
- Principales fuentes de financiamiento de la innovación, de ser el caso.
- Relación con el exterior y redes de cooperación con otros actores del ecosistema de la innovación.
- Conocimiento y uso de programas e instrumentos públicos de apoyo a la innovación.
- Conocimiento de referentes líderes, influenciadores, inspiradores de innovación nacional.
- Expectativa de atributos de una institución pública que apoye proyectos de innovación.

En el caso de aquellas empresas que manifiesten conocer el Programa PROINNOVATE, se deberá indagar de manera adicional los siguientes aspectos:

- Posicionamiento de PROINNOVATE y de sus instrumentos de apoyo a la innovación.
 - Conocimiento y uso de los instrumentos de PROINNOVATE.
 - De ser el caso, experiencia de los usuarios con el Programa PROINNOVATE a lo largo de todo el proceso de postulación, identificando cuellos de botella y oportunidades de mejora.
- i) El estudio cualitativo deberá identificar claramente potenciales barreras mentales y/o conductuales de las empresas frente a la innovación, así como aquellos factores externos a la misma que inhiben el desarrollo de una cultura de la innovación
- j) La muestra del estudio cualitativo deberá considerar no menos de 20 empresas por región.

III. Consideraciones Generales para el Estudio Cuantitativo (Línea de Base):

- k) **Método de recolección de la información:** Encuestas elaboradas sobre la base de las conclusiones del estudio cualitativo.
- l) **Margen de error esperado:** $\pm 7.0\%$, 95% de confianza.
- m) **Universo referencial para cálculo de tamaño de la muestra:**

| Región | Tamaño empresarial | | | Total |
|--------------|--------------------|--------------|--------------|---------------|
| | Pequeña | Mediana | Grande | |
| Arequipa | 3,408 | 100 | 302 | 3,810 |
| Junín | 1,537 | 43 | 103 | 1,683 |
| La Libertad | 2,999 | 91 | 251 | 3,341 |
| Lima | 42,827 | 1,714 | 6,024 | 50,565 |
| Piura | 2,193 | 84 | 178 | 2,455 |
| San Martín | 1,103 | 36 | 77 | 1,216 |
| Total | 54,067 | 2,068 | 6,935 | 63,070 |

Fuente: Produce, 2012-2014

La muestra deberá estar distribuida proporcionalmente según el universo de empresas por región. Esta información se puede actualizar de acuerdo con la decisión sobre los sectores a estudiar.

FUENTES CONSULTADAS:

Cornell University, INSEAD, & WIPO (2018). *The Global Innovation Index 2018: Energizing the World with Innovation*. (Ithaca, Fontainebleau and Geneva). Disponible en: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2018-profile57.pdf Última acceso: 15.08.2018.

IMEC (Instituto Mexicano de Economía del Comportamiento) (2016). *Guía de Economía del Comportamiento. Volumen 1: Políticas Públicas*.

INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática) (2017). Perú: Encuesta Nacional de Innovación de la Industria Manufacturera 2015. Principales Resultados. Disponible en: https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1415/libro.pdf Último acceso: 15.08.2018.

MINEDU (Ministerio de Educación del Perú). Laboratorio de Innovación para la Política Educativa, MineduLab - <http://www.minedu.gob.pe/minedulab/>

OCDE (2017). Behavioural Insights and Public Policy: Lessons from Around the World. Disponible en: <https://doi.org/10.1787/9789264270480-en> Último acceso: 20.02.2019.

PRODUCE (Ministerio de la Producción del Perú) (2012-2016) Estadísticas Mipyme. Oficina de Estudios Económicos (OEE). Disponible en:

<http://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/shortcode/estadistica-oee/estadisticas-mipyme>

- (2017) Estudio de la situación actual de la Innovación en la Industria Manufacturera. Análisis de los Resultados de la Encuesta Nacional de Innovación en la Industria Manufacturera 2015. Disponible en:

http://demi.produce.gob.pe/images/publicaciones/publiaf572466c104b63a8_52.pdf

Último acceso: 15.08.2018.

Rojas, A.M. (12 de setiembre de 2018) *Las lecciones de la economía del comportamiento para el G20*. [Entrada en blog "Ideas que cuentan" del BID]. Disponible en:

<https://blogs.iadb.org/ideas-que-cuentan/es/el-bid-introduce-la-economia-del-comportamiento-en-el-g20/> Último acceso: 19.02.2019.

Scartascini, C. (17 de diciembre de 2016) *Economía del comportamiento para mejores políticas públicas*. [Entrada en blog "Ideas que cuentan" del BID]. Disponible en:

<https://blogs.iadb.org/ideas-que-cuentan/es/economia-del-comportamiento-para-mejores-politicas-publicas/> Último acceso: 19.02.2019.

Scartascini, C. (17 de enero de 2018) *Nudging a los latinoamericanos para que lleven una vida más próspera y sana*. [Entrada en blog "Ideas que cuentan" del BID]. Disponible en:

<https://blogs.iadb.org/ideas-que-cuentan/es/nudging-a-los-latinoamericanos-para-que-lleven-una-vida-mas-prospera-y-sana/> Último acceso: 19.02.2019.

Tantia, P. (2017). *The New Science of Designing for Humans*. Stanford Social Innovation Review. Disponible en: https://ssir.org/articles/entry/the_new_science_of_designing_for_humans Último acceso: 27.08.18

WEF (World Economic Forum) (2018) *The Global Competitiveness Report 2017-2018*. Disponible en: <http://www3.weforum.org/docs/GCR2017-2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2017%E2%80%932018.pdf> Último acceso: 04.11.2018

WIPO (2021). *Global Innovation Index 2021: Tracking Innovation through the COVID-19 Crisis*. Geneva: World Intellectual Property Organization.

Tejeiro, Manuel. Medición de la cultura de innovación: Depuración con cuatro estudios de caso Intangible Capital, vol. 10, núm. 3, septiembre-diciembre, 2014, pp. 467-504; Universitat Politècnica de Catalunya, Barcelona, España. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/549/54932488002.pdf>

Tammy McCausland (2022) Culture to Support Innovation, *Research-Technology Management*, 65:2, 73-75, DOI: 10.1080/08956308.2022.2024711

Hult, G.T.; Hurley, R.F.; Knight, G.A. (2004). Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance. *Industrial Marketing Management*, 33: 429-438.

Naranjo-Valencia, J. C., & Calderón Hernández, G. (2015). Cultura de la innovación: una propuesta de transformación cultural. *Estudios Gerenciales*, 31(135), 1-14. Doi : 10.1016/j.estger.2014.12.005.

ANEXO 3: Estructura de Costos (dólares americanos)

| Honorarios | Cantidad | Costo Unitario (\$) | Costo Total (\$) |
|---|-----------------|----------------------------|-------------------------|
| 01 Jefe de proyecto | 7 Meses | 3,500.00 | 24,500.00 |
| 01 Especialista en Estudios Cualitativos | 4 Meses | 2,800.00 | 11,200.00 |
| 01 Especialista en Estudios Cuantitativos | 4 Meses | 2,800.00 | 11,200.00 |
| 01 Coordinador de Operaciones | 6 Meses | 2,500.00 | 15,000.00 |
| 15 Personal Operativo | 6 Meses | 800.00 | 72,000.00 |
| Pasajes y viáticos | 55 viajes | 450.00 | 24,750.00 |
| Gastos administrativos | | | 10,000.00 |
| Impuestos (IGV) | | | 30,357.00 |
| TOTAL | | | 199,007.00 |